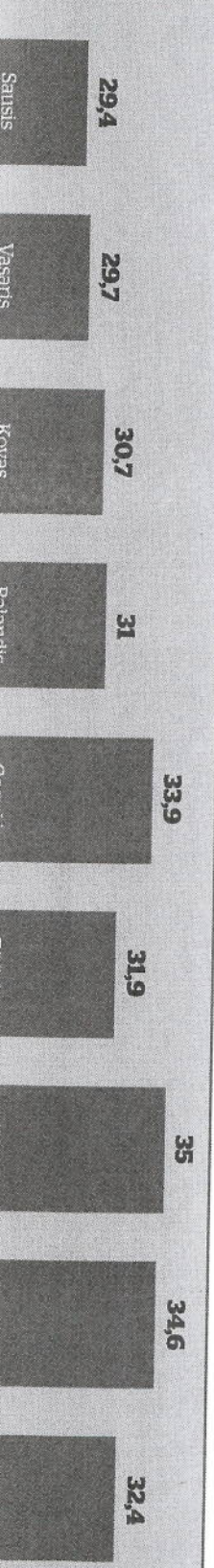


Kosmetikos ir tualeto reikmenų mažmeninė prekyba specializuotoje parduotuvėse, mln. Lt (be PVM) to meto kainomis



Pasitikėjimas tiesiogine prekyba ūgtelėjo

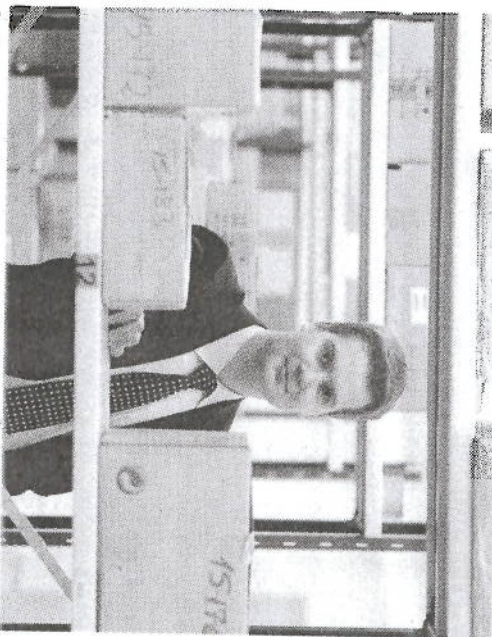
Pardavimui: Iš agentų dažniausiai perka kosmetiką ir namų prekes

ASTA ŠERĖNAITĖ
 asta.sereinate@verslozinios.lt

Didžiausias tiesioginės prekybos pranašumas vartotojams – galimybė gauti prekes tiesiai į rankas. O labiausiai erzina tai, kad pardavėjai elgiasi per daug įkyriai, rodo Lietuvos tiesioginės prekybos asociacijos užsakyrimu bendrovės „Spinter tyrimai“ atliktą apklausą.

Palyginti su analogiška apklausa 2011 m., šiomet kiek išaugo gyventojų pasitikėjimas tiesiogine prekyba ir išgyrais produktais. 2011 m. teigiamą nuomonę apie tiesiogiai išgyvas prekes išreiškė 72% apklaustųjų, o šiomet tokių – 80%. Neigiamai vertinančių dalis išliko tokia pat – 6%.

„Per tuos keletus metus šiek tiek padaugėjo pardavėjų ir ši prekybos būdą išbandžiusių žmonių, kartu išaugo ir pasitikinčių dalis. Ir anksčiau gerai produktus vertinančių pirkėjų procentinė dalis nebuvo maža“, – rezultatus komentuoja Gintautas Zaleckas, Lietuvos tiesioginės prekybos asociacijos direktorius. Kaip rodo tyrimas, iš tiesio-



● **Gintautas Zaleckas, Lietuvos tiesioginės prekybos asociacijos direktorius. „Apie tiesiogiai parduodamas prekes vartotojai dažniau sužino iš draugų ir artimųjų, o ne iš reklamos.“** JUDITOS GRIGELYTĖS NUOTR.

ginės prekybos įmonės atstovo ar platinėjo prekių yra pirkė 55% Lietuvos gyventojų. Per pastaruosius keletus metus šis skaičius paauogo 7 procentiniais punktais. Latvijoje pirkusių procentas siekia 60%, o Estijoje – 54%.

Tiesiai į rankas

Populiariausia perkamų produktų kategorija išlieka kosmetika ir asmeninės prie-

Taip pat pranašumu laikoma žemesnė nei parduotuvėje kaina (28%) ir galimybė išgyti prekių, kurių negalima rasti parduotuvėse (26%).

Per daug įkyrius

Kaip didžiausią tiesioginės prekybos trūkumą apklaustieji įvardija įkyrų platinėtojų elgesį (26%). Į įkyrumą taip pat baksnėja Latvijos ir Esijos pirkėjai. Dar 21% apklaustųjų lievųjų nuostigai, kad neuztikrinama tiesiogiai pirkty prekių garantija.

„Pats pardavimo procesas ar parduotuvėje, ar namuose – turi tam tikrą įkyrumo aspektą. Visų tikslas – parduoti prekę. Kita vertus, pardavėjų profesionalumas irgi vertinamas gana gerai, vadinasi, žmonėms suteikiama reikalinga informacija, jus tenkina aptarnavimas“, – komentuoja p. Zaleckas.

Taciau jis pabrėžia, kad tiesioginiai pardavinėjimai užsimančios įmonės turėtų daugiau dėmesio skirti konsultantams parengti, informuoti ir apmokyti. Taip pat svarbu kuo aiškiau papasakoti apie garantijas ir įstaiymu numatyta prekių grąžinimo politiką.

„Pasitaiko, kad atskirti as-

menys platina produktus be jmonių žinios arba parduoda kokius nors ne Europos rinkai skirtus produktus. Tokie atvejai gali pakelti nuomonę apie visą sektorį. Rimtos įmonės dažniausiai suteikia didesnes garantijas, nei reikalauja įstatymai“, – sako p. Zaleckas.

Reklama per draugus

Apklausa rodo, kad žmonės dažniau rekomenduoja ši apsi-pirkimo būdą savo draugams. Keinančių pateikti tokia rekomendaciją padaugėjo nuo 35% iki 45%. Iš vartotojų, kurie jau išgyto prekių iš prekybos agentų, tokių rekomendacijų ketina pateikti 72% pirkėjų.

Draugai ir pažįstami apskritai yra svarbiausias informacijos apie tiesioginę prekybą šaltinis.

„Tai aiškiai parodo, kad žinia sklinda iš lūpų į lūpas, labiau per draugus ir asmenines rekomendacijas nei per tradicinę reklamą“, – sako p. Zaleckas.

Pasak jo, tradicinė reklama įmonėms taip pat svarbi, tačiau jos labiau reikia ne tiek produktams pristatyti, kiek įmonės vardui, prekių ženklui stiprinti.



„Rimi“ pristato naują prekęs ženklą

JUDITOS GRIGELYTĖS NUOTR.

Mažmeninės prekybos tinklas „Rimi Lietuva“ nuo gruodžio mėn. savo gamybos produktus pradėjo ženklinti nauju ženklu „Mano diena“. Šiuo prekęs ženklu iš pradžių bus žymimos tik kvi kurios pakuo-tes, tačiau ateityje planuojama juo pažymėti visus tinklo specializuotus šviežiai pagamintus konditerijos, kulinarijos gaminius, keptinius. Pirmąjame etape naujuoju ženklu bus žymimi trijų rūšių „Rimi“ kepiniai (gerai) maišeliai, trijų rūšių salotų dėžutės, susėjal, tortai, pyragai. Taip pat pirkėjams bus siūlomos specialios „Mano diena“ plėtų dėžutės maistui išsinešti. Ilona Radavičienė, „Rimi Lietuva“ gamybos vadovė, sako, kad ženklas pirkėjams turėtų asocijuotis su kokybe.

„Pamatė ši ženkla pirkėjai gali būti tikri, kad tai švieži, iš kokybiškų sudedamųjų dalių, pagali „Rimi“ virtuvės šėlių kurtais ir išibulintais receptūras paruošti gaminiai“, – sako ji.

Savienis šviežiai paruoštams gaminiams pastaruoju metu daugiau dėmesio skiria ir kiti didieji mažmeninės prekybos tinklai. Pasak prekybiniųjų, tokios